

УДК 339.137.22

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Меліхов А. А., к.е.н., доцент, зав. кафедри економіки підприємств, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь

Меліхов А. А. Конкурентні переваги як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

У статті розглянуто важливість та актуальність дослідження проблеми формування конкурентних переваг з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємств в умовах нестабільності економічного розвитку. Обґрунтовано мету статті, яка полягає у дослідженні теоретичних проблем забезпечення конкурентних переваг підприємства, розробці методичних рекомендацій по управлінню конкурентними перевагами в умовах сучасної української економіки. Розглянуто різноманітні підходи вчених-економістів щодо сутності конкурентної переваги, зокрема, ресурсний; споживацький; на основі конкурентної позиції; порівняльний; маркетинговий; пов'язаний з майбутньою конкуренцією. Наведено уточнення поняття конкурентної переваги підприємства. Визначено вплив таких факторів як ресурси і технології на формування і розвиток конкурентних переваг, а також підкреслено роль держави у підтримці конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Обґрунтована необхідність сукупної підтримки конкурентних переваг на різних рівнях конкурентоспроможності, що є вкрай важливим в умовах глобалізації. Розглянуто низку нових пояснень конкурентоспроможності підприємств на міжнародному рівні, зокрема, пов'язаних з ефектом масштабу, внутрішнім ринком, виникненням транснаціональних корпорацій, інноваційним розвитком. Зроблено висновок, що конкурентоспроможність доцільно розглядати з позиції синтезу порівняльних (національних) і конкурентних переваг. Визначено, що створювати і утримувати конкурентні переваги зможуть тільки ті підприємства, регіони і країни, де проводиться цілеспрямована політика підвищення конкурентоспроможності, заснована на компетентності і здатності до взаємодії з боку учасників на усіх рівнях.

Мелихов А. А. Конкурентные преимущества как фактор обеспечения конкурентоспособности предприятий.

В статье рассмотрена важность и актуальность исследования проблемы формирования конкурентных преимуществ с целью обеспечения конкурентоспособности предприятий в условиях нестабильности экономического развития. Обоснована цель статьи, которая заключается в исследовании теоретических проблем обеспечения конкурентных преимуществ предприятия, разработке методических рекомендаций по управлению конкурентными преимуществами в условиях современной украинской экономики. Рассмотрены разнообразные подходы ученых-экономистов относительно сущности конкурентного преимущества, в частности, ресурсный; потребительский; на основе конкурентной позиции; сравнительный; маркетинговый; связанный с будущей конкуренцией. Приведено уточнение понятия конкурентного преимущества предприятия. Определено влияние таких факторов как ресурсы и технологии на формирование и развитие конкурентных преимуществ, а также подчеркнута роль государства в поддержке конкурентоспособности отечественных предприятий. Обоснована необходимость совокупной поддержки конкурентных преимуществ на разных уровнях конкурентоспособности, что является крайне важным в условиях глобализации. Рассмотрен ряд современных объяснений конкурентоспособности предприятий на международном уровне, в частности, связанных с эффектом масштаба, внутренним рынком, возникновением транснациональных корпораций, инновационным развитием. Сделан вывод, что конкурентоспособность целесообразно рассматривать с позиции синтеза сравнительных (национальных) и конкурентных преимуществ. Отмечено, что создавать и удерживать конкурентные преимущества смогут только те предприятия, регионы и страны, в которых проводится целеустремленная политика роста конкурентоспособности, основанная на компетентности и способности к взаимодействию со стороны участников на всех уровнях.

Melikhov A. A. Competitive advantages as a factor of enterprises' competitiveness providing.

The article describes the importance and relevance of the research of the problem of competitive advantage forming in order to ensure the competitiveness of enterprises in turbulent economic development. Purpose of the article, which is the study of theoretical problems of providing enterprises' competitive advantages and the development of guidelines for the management of competitive advantages in today's Ukrainian economy, is substantiated. Various approaches of economists about the nature of competitive advantage, in particular, resource; consumer; based on the competitive position; comparative; marketing; related to the future competition, are considered. Refinement of the concept of competitive advantage of the enterprise is powered. The influence of factors such as resources and technology on the formation and development of competitive advantages is determinated, and the role of the state in supporting the competitiveness of domestic enterprises is emphasized. The

necessity of the combined support of the competitive advantages is substantiated at different levels of competitiveness, which is extremely important in the context of globalization. A number of modern explanations of enterprise competitiveness at international level is considered, in particular those related to effect of scale, internal market, rising of transnational corporations, innovative development. It is concluded that the competitiveness should be examined from the perspective of synthesis of comparative (national) and competitive advantages. It is noted that only those enterprises, regions and countries will be able to create and to maintain competitive advantages, in which purposeful policy of competitiveness growth, which based on the competence and the ability to co-operate with the participants at all levels, is implemented.

Постановка проблеми. Конкурентна перевага підприємства лежить в основі його успішної діяльності на ринку. Але в останні роки багато фірм у своїх прагненнях до зростання і диверсифікації забули про значення конкурентних переваг. У сучасних умовах більшість промислових підприємств, що мають в розпорядженні унікальні технології або потужну матеріально-технічну базу, не лише стали неконкурентоздатними в сучасній ринковій економіці, але й втратили накопичений інтелектуальний і інноваційний потенціал. Для досягнення стабільного економічного зростання сьогодні принципово важливим є розширення джерел конкурентних переваг за рахунок інновацій, інтелектуалізації бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування конкурентних переваг, вибору конкурентних стратегій і інші аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств досліджені зарубіжними ученими, такими як І. Ансофф, Г. Ассель, К. Боумен, Ф. Вірсема, Р. Грант, Д. Дей, Г. Мінцберг, М. Портер, К. Прахалад, М. Тресі, Р. Фатхутдінов, Г. Хемел, А. Юданов та ін. Проте, зарубіжний досвід не може залишатися незмінним для українських підприємств, оскільки для нашої держави характерні нестабільність економічного розвитку, відсутність досвіду ефективного створення і управління конкурентними перевагами. На це вказують у своїх працях такі вітчизняні економісти, як О. Азарян, Л. Балабанова, З. Герасимчук, Ю. Іванов, С. Клименко, Ю. Макогон, Л. Шевченко, О. Шнипко та ін. В той же час, завдання формування і управління конкурентними перевагами підприємства в умовах посилення конкуренції продовжує залишатися недостатньо розробленим, зокрема відсутня узагальнена методика аналізу конкурентних переваг, відсутній єдиний методологічний підхід по формуванню конкурентних переваг і оцінці конкурентоспроможності підприємств, що обумовлює необхідність продовження цих досліджень.

Мета статті – дослідження теоретичних проблем забезпечення конкурентних переваг підприємства, розробка рекомендацій і методичних положень по формуванню і управлінню конкурентними перевагами підприємства в умовах сучасної української економіки.

Викладення основного матеріалу. Сучасні економісти вводять в поняття конкурентоспроможності проблему формування і утримання стійких конкурентних переваг. Так, М. Гельвановський з колегами вважає, що конкурентоспроможність - це "володіння властивостями, що створюють переваги для господарюючого суб'єкта задля отримання перемоги в економічному змаганні. Ці властивості можуть відноситися до різних за своєю природою об'єктів: видів продукції, підприємств, організацій, що здійснюють комерційну діяльність (мікрорівень), їх груп, що утворюють галузеві або конгломератні об'єднання (мезорівень), нарешті, до окремих країн (макрорівень)" [1].

Цінність цього визначення уявляється в тому, що в ньому підкреслюється конкурентний (змагальний) характер конкурентоспроможності як економічного явища, активні дії господарюючих суб'єктів. Названо об'єктно-суб'єктний склад цієї категорії, що носить, як бачимо, складний багаторівневий характер. По сенсу приведеного визначення можливість успішно конкурувати на ринку визначається тим, чи володіє суб'єкт конкурентними перевагами в порівнянні з іншими суб'єктами. Тобто конкурентна перевага лежить в основі конкурентоспроможності на будь-якому рівні. Визначення сутності конкурентної переваги є одним з найважливіших завдань при дослідженні проблем конкурентоспроможності. Існує декілька підходів щодо трактування цього поняття. Одним з найпоширеніших підходів є зв'язок конкурентних переваг з ефективністю використання ресурсів. Так, М. Портер розглядає конкурентну перевагу як «сукупність чинників, що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції; продуктивність використання ресурсів» [2]. Р. Грант уточнює, що така перевага полягає у досягненні або наявності потенціалу досягнення більш високого рівня прибутковості [3].

Споживацький підхід представлено у поглядах Л. Шевченко, яка вважає, що «конкурентні переваги - ті характеристики товарів (споживчі властивості), специфічні умови виробництва і продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми і створюють її перевагу над прямими конкурентами» [4, с. 89]. Даний підхід розглядає конкурентні переваги головним чином з позиції споживачів. Його недоліком є обмеженість факторів, які можуть бути визнаними в якості конкурентних переваг.

В. Д. Маркова і С. А. Кузнецова пов'язують конкурентну перевагу з положенням фірми на ринку, яке дозволяє їй переборювати сили конкуренції та приваблювати покупців [5]. Але, на наш погляд, вони змішують поняття "конкурентна перевага" з поняттям "конкурентна позиція підприємства", яка ототожнюється з місцем, яке займає підприємство на ринку стосовно конкурентів.

Багато дослідників визначають конкурентну перевагу як порівняльну перевагу фірми по відношенню до інших фірм даної галузі. Серед них слід виділити Р. Фатхутдінова («яка-небудь ексклюзивна цінність, якою володає система і яка дає їй вищість перед конкурентами») [6, с. 200]; Н. Куденко

(«Показник, який забезпечує підприємству перевагу над конкурентами на цільовому ринку») [7], Ю. Іванова («конкурентні переваги підприємства - це сукупність (система) унікальних чинників, властивих підприємству, відрізняючих його від конкурентів і сприяючих веденню успішної конкурентної боротьби на ринку») [8, с. 77], С. Клименка («Найбільш прийнятним є такий підхід до визначення конкурентних переваг, згідно якого вони є концентрованим проявом переваги над конкурентами в різних сферах (видах) діяльності підприємства. Іншими словами, конкурентні переваги фірми полягають у випередженні конкурентів за рахунок реалізації ринкових факторів успіху або ключових компетенцій») [9, с. 131]. За даним підходом конкурентна перевага фірми ототожнюється з її конкурентоспроможністю. Проте конкурентоспроможність є наслідком не однієї конкурентної переваги, а їх комплексу.

У розвитку цього підходу Л. Балабанова пропонує трактувати конкурентні переваги як «сукупність ключових факторів успіху, які дозволять забезпечити підприємству лідируючі позиції на ринку в довгостроковій перспективі» [10, с. 145]. Ця позиція близька до поглядів Г. Хемела і К. К. Прахалада, які приділяють особливу увагу розвитку інтелектуальних конкурентних переваг на майбутніх ринках [11]. Тому перш, ніж дати узагальнене визначення дефініції «конкурентна перевага», слід розглянути генезис розвитку цього поняття з точки зору різних економічних теорій.

Конкурентна перевага в економічній теорії розглядається в двох варіантах. А. Сміт сформулював поняття абсолютної переваги, згідно з якою країна експортує товар, якщо витрати нижчі, ніж в інших країнах [12]. Абсолютна перевага лежить в основі процесу міжнародної спеціалізації. Д. Рікардо удосконалив це формулювання у вигляді концепції порівняльної переваги, згідно якої ринкові сили направляють ресурси країни туди, де вони можуть бути застосовані найбільш продуктивно. Це означає, що країна може імпортувати який-небудь товар, навіть маючи можливість виробляти його самостійно і з малими витратами, якщо інші товари вона виробляє з ще більшою ефективністю. Рікардо вважав, що в основі торгівлі лежать відмінності в продуктивності праці в різних країнах. Цю різницю він відносив на рахунок відмінностей в довкіллі, кліматі країн, що сприяють розвитку тих або інших галузей [13]. Сучасні варіанти теорії Рікардо виходять з одного чинника - праці (Р. Дорнбуш, С. Фішер, П. Самуельсон). На їх думку, країни розрізняються тим, яку кількість праці необхідно витратити на виготовлення товару.

Е. Хекшер і Б. Олін вважають, що усі країни мають приблизно однакову технологію, але різною мірою наділені чинниками виробництва, такими як земля, робоча сила, природні ресурси і капітал. Країна отримує порівняльні переваги в тих галузях, де використовуються чинники, наявні у достатній кількості. Тому продукція цих галузей експортується, а імпортується ті товари, у виробництві яких країна відчуває порівняльну нестачу чинників. Нині визнано, що держава може посилювати переваги у вигляді чинників за допомогою різних форм втручання (зниження процентних ставок, заходи по забороні зростання зарплати, девальвація з метою отримати вигоду за ціною в порівнянні з аналогічним імпортом товару, субсидії, амортизаційні знижки і фінансування експорту окремих секторів). Усі ці заходи дозволяють підприємствам понизити відносні витрати в порівнянні із зарубіжними конкурентами.

М. Портер вважає, що ідеї, на яких будується теорія порівняльних переваг на основі чинників, була актуальна в XVIII - XIX вв., коли багато галузей промисловості були роздробленими, виробництво було більш трудомістким і менш "навичкоємним", а торгівля відображала різницю між країнами в умовах економічного зростання, в природних ресурсах і капіталі. Факторні витрати зберігають значення для галузей, залежних від природних ресурсів, де на некваліфіковану працю припадає велика частина витрат, а технологія проста і широко доступна [2]. Розвиток технологій дає можливість підприємствам обходити "вузькі місця", викликані нестачею тих або інших чинників, за допомогою нових продуктів або виробничих процесів. Отже, підсумовуючи різноманітні підходи науковців, можна визначити конкурентні переваги підприємства як реальні або потенційні компетенції і здібності, характеристики його виробничої, фінансової, маркетингової і іншої діяльності, що дозволяють підприємству в умовах конкурентної боротьби реалізувати свої економічні інтереси з більшою мірою ефективності, ніж його конкуренти.

Велика частина світової торгівлі ведеться між країнами, що мають приблизно однаковий набір чинників виробництва. Робітники країн, що розвиваються, мають достатню освіту і навички для роботи в багатьох галузях промисловості. У багатьох країн є базисна інфраструктура (системи зв'язку, дороги, порти). Традиційні джерела переваг на основі чинників, що дозволяють розвиненим країнам вириватися вперед, втрачають своє значення. Нині конкуруючі підприємства проводять глобальну стратегію: продають свою продукцію по всьому світу, шукають матеріали і компоненти також по всьому світу, розміщують своє виробництво в багатьох країнах, вступають в союзи з підприємствами інших країн, щоб дістати доступ до "джерел їх сили".

Глобалізація промисловості усуває залежність підприємства цієї країни від наявності і кількості в країні тих або інших чинників. Розвиток транспорту здешевив обмін країн чинниками виробництва або товарами. Капітал переходить з країни в країну. Але незважаючи на рухливості чинників, міжнародна торгівля продовжує існувати. М. Портер вважає, що успіх в міжнародній конкуренції визначають не стільки чинники, скільки те, де і наскільки продуктивно вони застосовуються. Нині конкурентні переваги країни, що базуються на чинниках виробництва, стають примарними, оскільки нові технології дозволяють розробляти природні ресурси в місцях, де видобуток вважався неможливим або нерентабельним. Тому програми економічного розвитку не можна націлювати тільки на галузі, що дають вигоду у факторних витратах.

У сучасний період пропонується ряд нових пояснень міжнародної конкурентоспроможності. Одне з пояснень пов'язане з ефектом масштабу, який дозволяє підприємствам отримувати переваги у вигляді витрат, що визначають успіх експорту. Деякі економісти вважають, що зростання торгівлі відбувається на основі технологічного відриву. Країни експортують продукцію тих галузей, в яких вони мають відрив в технології від інших. Інші підходи припускають, що успіх країни в торгівлі залежить від внутрішнього ринку. Р. Вернон розробив теорію циклу товару. Він пояснив, чому США лідирують у виробництві нових і перспективних товарів. На це впливає попит, який виникає раніше, ніж в інших країнах, що забезпечує США лідерство у виробництві нових товарів.

Ще один напрям пояснює зростання зовнішньої торгівлі виникненням транснаціональних корпорацій (ТНК). Найчастіше успіх країни у якій-небудь галузі економіки пов'язаний з ТНК, що базується в країні, яка займає провідні позиції в цій галузі. Транснаціональність - свідчення здатності компанії застосовувати переваги, отримані в одній країні, щоб закріпитися в інших.

Конкурентна перевага створюється і утримується в тісному зв'язку з місцевими умовами. На успіх конкуренції впливає структура національної економіки, шкала цінностей, національна культура, державні установи і історія країни. При знаходженні відповіді на питання про конкурентні переваги необхідно виходити з того, що конкуренція - динамічний процес, що розвивається. Й. Шумпетер вважав, що в конкуренції немає рівноваги, конкуренція - ландшафт, що безперервно змінюється, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти [14].

Важливо також поставити вдосконалення і оновлення технології в главу кута і звернути увагу на роль країни в інноваційному процесі. Для оновлення потрібні капіталовкладення, наукові дослідження і свіжі людські ресурси. Тут важливо пояснити, чому в одних країнах ці вкладення здійснюються інтенсивніше, ніж в інших, і як створити обставини, що дозволяють вітчизняним фірмам швидше оновлювати технологію, чим це роблять зарубіжні конкуренти. У конкуренції головну роль грають інновації і зміни. Підприємства прагнуть не просто перекинути ресурси туди, де прибуток високий, а вони прагнуть підвищити його за рахунок нових товарів і технологій.

Виявлення підприємств, що мають конкурентну перевагу, - нелегке завдання. Внутрішня прибутковість, масштаб галузі або експорту не є надійними індикаторами конкурентної переваги. Тому, на думку М. Портера, можна використовувати наступні критерії [2]: наявність великого і постійного експорту в значну низку країн; істотне вивезення капіталу на основі досвіду і вкладів в країні базування. Галузь вважається конкурентоздатною, якщо її доля у світовому експорті перевищує середню долю країни у світовому експорті, а також коли в наявності є позитивне сальдо торгівлі в цій галузі. До списку конкурентоздатних додаються галузі зі значним експортом капіталу, якщо він не носить пасивного (портфельного) характеру і не є пов'язаним із придбанням незалежно керованих іноземних компаній.

Тому, зважаючи на вищезазначене, конкурентоспроможність доцільно розглядати з позиції синтезу порівняльних (національних) і конкурентних переваг. Під порівняльними перевагами мається на увазі дешева праця, багаті природні ресурси, сприятливі географічні, кліматичні, інфраструктурні чинники тощо. Конкурентні переваги - це науково-технічний потенціал, нові технології і знання, інновації на всіх стадіях - від дизайну товару до просування його до споживача.

Порівняльні національні переваги дані самою природою, вони, як правило, не вічні і не відтворні. Конкурентні переваги динамічні і невичерпні, оскільки пов'язані із зростаючим інтелектуальним і інноваційним потенціалом, з науково-технічним прогресом. Поєднання порівняльних і конкурентних переваг теоретично дозволяє країні (регіону, підприємству) знаходитися на вершині міжнародних рейтингів конкурентоспроможності. Традиційним напрямом аналізу проблем конкурентоспроможності є розрахунки і дослідження мікроконкурентоспроможності. Проте в сучасних умовах інтенсифікації і ускладнення економічних взаємозв'язків, із зростанням наукомісткості в усіх сферах господарства і поширенням процесів глобалізації підвищуються вимоги до національної інфраструктури в галузі науки і техніки, освіти, комунікацій, інформації, а також до забезпечення правопорядку. В зв'язку з цим значно підвищується роль держави в забезпеченні сприятливих умов економічного середовища. І як наслідок - зростання інтересу до дослідження національної, або макроконкурентоспроможності, і чинників, що її формують, зокрема, у рамках порівняльного міждержавного аналізу конкурентних переваг. Стосовно аналізу конкурентоспроможності йдеться про комплекс характеристик, що визначають "секрет успіху" найбільш процвітаючих країн і корпорацій.

Висновки. В умовах динамічних змін технологічної бази інноваційна і конкурентна сила фірм не може визначатися виключно самими фірмами на мікрорівні під впливом "невидимої руки ринку". Найважливішим чинником, по визнанню дослідників різної теоретичної орієнтації, являється здатність національних господарських систем до трансформації, до забезпечення оптимальних умов для виробника. Створювати і утримувати істотні конкурентні переваги зможуть тільки ті підприємства, регіони і країни, де держава проводить добре продуману цілеспрямовану політику, засновану на компетентності і здатності до взаємодії з боку учасників програм підвищення конкурентоспроможності на усіх трьох рівнях.

Список використаних джерел

1. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. - 1998. - № 3. - С. 67-78.

2. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / Пер. с англ. под ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
3. Грант Р. М. Современный стратегический анализ. 5-е изд. / Пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова / Р. М. Грант. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.
4. Шевченко Л. С. Конкурентное управление: Уч. пособие / Л. С. Шевченко. – Харьков: Эспада, 2004. – 520 с
5. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: курс лекций / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М.: ИНФРА-М, 2000.- 287с.
6. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2004.- 544 с.
7. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посіб. /Київ. нац. екон. ун-т. / Н.В. Куденко – К.: КНЕУ, 1998. -152 с.
8. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: Научное издание / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Головкин. – Харьков: ХГЭУ –Торнадо, 2003. – 331 с.
9. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко., А.В. Вакуленко.– К.: КНЕУ, 2006. - 527 с.
10. Балабанова Л.В., Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / Л.В. Балабанова, Г. В. Кривенко, І. В. Балабанова. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2009. – 256 с.
11. Hamel G. Competing for the future / G. Hamel, C.K. Prahalad – Boston, Harvard Business School Press, 1994
12. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Эксмо, 2007. – 362 с.
13. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное / Д. Рикардо. – М.: Эксмо, 2009. – 960 с.
14. Шумпетер И. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / И. Шумпетер. - М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентна позиція, ключові фактори успіху, стратегічне управління.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, конкурентная позиция, ключевые факторы успеха, стратегическое управление.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, competition position, key factors of success, strategic management.